

Nawyki żywieniowe kształtowane przez sklepiki szkolne jako wyraz działań polityki zdrowotnej wobec dzieci

Dominika Socha

Zakład Ekonomiki Zdrowia i Zabezpieczenia Społecznego, Instytut Zdrowia Publicznego, Wydział Nauk o Zdrowiu, Uniwersytet Jagielloński Collegium Medicum

Adres do korespondencji: Instytut Zdrowia Publicznego, ul. Grzegorzewska 20, 31-531 Kraków, socha_d@cm-uj.krakow.pl

■ Abstract

Dietary habits shaped by school shops as an expression of health policy for children

The purpose of the article was assessment of food products offered in school shops. The article refers to research conducted in Małopolskie, Świętokrzyskie, Śląskie and Opolskie regions concerning the choice of food products offered to students at school shops and highlights the role of children and youth as the target of nutrition-related social campaigns conducted by public authorities. The article also presents statistical data and concepts describing the implementation of a government programme of supplementing social diet and outlines logistic and organisational problems and difficulties encountered when trying to achieve effective results of such programme. Children and their teachers need health education and the school shop assortments should be monitored.

Key words: dietary habits, education, health, health programme, nutritional behaviour of children, school shops

Słowa kluczowe: dzieci, edukacja, nawyki żywieniowe, programy prozdrowotne, sklepiki szkolne, zachowania żywieniowe, zdrowie

■ Wprowadzenie

Nawyki żywieniowe stanowią utrwalony sposób zachowania się w zakresie wyboru produktów żywnościowych, czasu ich spożywania (pora dnia), łączenia produktów z sobą, częstotliwości konsumpcji, szybkości samego procesu jedzenia i pewnych rytuałów, jakie towarzyszą spożywaniu posiłku [1, 2]. Nawyki żywieniowe mają wpływ na zdrowie człowieka, zdolność do nauki i pracy, prawidłowe funkcjonowanie organizmu, sprawność fizyczną, ale i adaptację społeczną oraz socjalizację poprzez spożywanie posiłków w grupie i zachodzące podczas tego procesu konsumpcji interakcje [3–5]. Otoczenie (ludzie, środowisko, łatwa dostępność określonego typu żywności), w którym człowiek przebywa, kształtuje te nawyki i ma wpływ na jakość prowadzonego życia [6]. Dzieciństwo jest okresem, który determinuje dorosłe życie człowieka. Nawyki i doświadczenia zdobyte przez młodego człowieka rzutują na jego postawy, zachowania i wybory w życiu dojrzałym [7]. Stąd tak ważne jest, aby

nawyki żywieniowe ukształtowane w tym okresie były korzystne dla zdrowia oraz wspomagały zachowanie jak najdłuższego okresu sprawności fizycznej i umysłowej. Dzieci i młodzież dokonują takiego wyboru żywności, jaka znajduje się w ich najbliższym otoczeniu. Znaczną część czasu spędzają one w szkole, która stanowi ich środowisko nauki, socjalizacji, zabawy. Celem głównym artykułu było rozpoznanie asortymentu żywności oferowanego w sklepikach szkolnych i ocena wartości żywieniowej tego asortymentu w kontekście zaleceń żywieniowych adresowanych do dzieci, publikowanych przez Organizację ds. Wyżywienia i Rolnictwa (FAO) oraz ośrodki naukowe, m.in. Instytut Żywności i Żywienia w Warszawie i Wydział Nauk o Żywieniu Człowieka i Konsumpcji Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego (SGGW). Cel szczegółowy stanowiła analiza wybranych działań na szczeblu gminnym oraz centralnym (rządowym) podejmowanych w ramach dbałości o zdrowie młodych obywateli, w tym ze szczególnym uwzględnieniem przedsięwzięć związanych z odżywianiem się dzieci.

Sklepiki szkolne

Historia sklepików szkolnych (funkcjonujących także jako spółdzielnie uczniowskie) sięga lat 60. XX wieku, kiedy to na terenie szkół można było zaopatrzyć się głównie w artykuły szkolne (długopisy, zeszyty itp.) oraz początkowo nieliczny asortyment żywności (głównie pieczywo, słodczyce), który w okresie późniejszym, aż do czasów obecnych, zaczął być dominujący i coraz bardziej urozmaicony. Z uwagi na sprzedaż w sklepikach żywności obowiązują wymagania jak dla podobnych punktów prowadzących działalność gastronomiczną oraz obrót i handel żywnością. Sklepiki szkolne, prowadzące działalność w zakresie przygotowywania i sprzedaży kanapek, soków wyciskanych z owoców oraz artykułów spożywczych luzem, muszą spełniać następujące wymagania sanitarno-higieniczne:

- posiadanie aktualnych wyników badań wody dostępnej w pomieszczeniu przeznaczonym na sklepik szkolny (przed rozpoczęciem działalności);
- posiadanie odpowiedniego wyposażenia – blatów produkcyjnych (szafek z blatami), urządzeń chłodniczych niezbędnych do przetrzymywania surowców, półproduktów oraz ekspozycji gotowych kanapek, ciastek i soków, dwukomorowego zlewozmywaka do mycia drobnego sprzętu: desek, noży, urządzeń do wyciskania soków oraz umywalki do mycia rąk. Do obu punktów wodnych powinna być doprowadzona bieżąca woda ciepła i zimna, a ścieki powinny być odprowadzane do kanalizacji;
- zapewnienie właściwego stanu sanitarnego pomieszczeń, tzn. ściany i podłogi powinny być wykonane z materiałów umożliwiających łatwe utrzymanie czystości oraz możliwość przeprowadzenia procesu dezynfekcji;
- do obierania i czyszczenia warzyw (np. ziemniaków, marchwi) posiadanie osobnego pomieszczenia do dokonywania obróbki brudnej. Jeśli nie ma możliwości wydzielenia takiego pomieszczenia, osoba prowadząca sklepik powinna zaopatrywać się w warzywa obrane i oczyszczone wraz z dokumentem potwierdzającym zakup;
- osoba prowadząca sklepik powinna posiadać aktualną książeczkę badań sanitarno-epidemiologicznych oraz książkę kontroli sanitarnej [8, 9].

Osoba prowadząca sklepik szkolny może być pracownikiem szkoły, może jednak sklepik prowadzić na zasadzie umowy agencyjnej. Agent, który podpisuje umowę cywilnoprawną z dyrektorem szkoły, jest odpowiedzialny za bezpieczeństwo sprzedawanej żywności [10, 11].

Sklepiki szkolne powinny się znajdować w miarę możliwości w oddzielnym pomieszczeniu lub wydzielonym wyraźnie miejscu, odpowiednim do takiej działalności. Wielkość lokalu nie jest istotna, o ile będą się w nim mieścić wszystkie niezbędne sprzęty, będzie on właściwie urządzony i łatwo w nim będzie utrzymać czystość. Pomieszczenia, w których pracuje się z żywnością, muszą mieć odpowiednią wentylację, sztuczną bądź mechaniczną, zapewniającą skuteczną wymianę powietrza,

a tym samym temperaturę i wilgotność. Okna muszą być wyposażone w ekrany zatrzymujące owady. Urządzenia kanalizacyjne muszą być zaprojektowane i skonstruowane tak, by unikać ryzyka zakażenia żywności. Ściany w tej części pomieszczenia, w której przygotowywane są np. kanapki, powinny być pokryte glazurą, w pozostałej części powinny być pomalowane zmywalną farbą. Na podłodze powinna być położona glazura lub zmywalna, łatwa w utrzymaniu wykładzina podłogowa. Podobnie powierzchnie pozostające w kontakcie z żywnością muszą być w dobrym stanie i muszą być łatwe do czyszczenia oraz w miarę potrzeby do dezynfekcji. Dotyczy to materiałów, z jakich wykonane są np. blaty, pojemniki na surowce, półprodukty i gotowe produkty. Do mycia i czyszczenia należy używać środków bakteriobójczych przeznaczonych do użytku w miejscach sprzedaży żywności. Pracownicy sklepiku muszą mieć dostęp do umywalki przeznaczonej do mycia rąk z bieżącą ciepłą i zimną wodą. Umywalki muszą być zaopatrzone w środki do mycia rąk i do higienicznego ich suszenia, np. obok umywalki powinna być zamontowana suszarka do rąk, a w przypadku jej braku pracownicy powinni korzystać z papierowych ręczników lub czystych ręczników z materiału. Musi być dostępna ubikacja spłukiwana wodą, podłączona do sprawnego systemu kanalizacyjnego. Ubikacje nie mogą łączyć się bezpośrednio z pomieszczeniem, w którym pracuje się z żywnością, jednak nie muszą też mieścić się w obrębie sklepiku. Wystarczy, gdy łazienka będzie nieopodal, np. na szkolnym korytarzu.

W 2011 roku Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej w Olsztynie przeprowadził wyrwykowe kontrole w sklepikach szkolnych na terenie Olsztyna, Elbląga, Ełku i Pisz. Kontrole przeprowadzono zgodnie z kompetencjami Inspekcji Handlowej. Skontrolowano 10 sklepików. W toku kontroli badano:

1. Jakość artykułów spożywczych. Głównie oceniano cechy organoleptyczne (świeżość, wygląd i zapach). Nie stwierdzono zastrzeżeń.

2. Prawdliwość oznakowania badanych towarów. Nie wniesiono zastrzeżeń do prawidłowości oznakowania badanych produktów. W jednym przypadku stwierdzono w składzie surowcowym pomadek z kwaśnym płynnym nadzieniem o smaku truskawki, zielonego jabłka i pomarańczy, informację o obecności w produkcie barwników z tzw. grupy Southampton, tzn. E-102, E-110, E-129. Na opakowaniach umieszczona była adnotacja o tym, że produkt może mieć negatywny wpływ na aktywność i koncentrację dzieci. Prezentacja badanych produktów z uwzględnieniem ich kształtu, wyglądu, używanych opakowań, sposób ułożenia i miejsce wystawienia nie wprowadzały konsumentów w błąd.

3. Aktualność terminów do spożycia i dat minimalnej produkcji. W toku przeprowadzonych kontroli nie stwierdzono oferowania do sprzedaży towarów po upływie terminów przydatności do spożycia lub dat minimalnej trwałości.

4. Warunki, sposób przechowywania i oferowania artykułów spożywczych. Urządzenia chłodnicze, w które wyposażone były kontrolowane sklepiki, zapewniały właściwe warunki przechowywania żywności. Zachowa-

ne były zasady segregacji towarów. Regały, na których wyeksponowano do sprzedaży produkty, były utrzymane w należytej czystości. Pieczywo przechowywano w sposób uniemożliwiający jego zabrudzenie.

5. Aktualność orzeczeń lekarskich. Przedsiębiorcy i sprzedawcy okazali aktualne orzeczenia lekarskie wydawane do celów sanitarno-epidemiologicznych.

6. Materiały i wyroby przeznaczone do kontaktu z żywnością. Używane w kontrolowanych sklepikach worki do pakowania żywności oraz naczynia jednorazowego użytku były dopuszczone do kontaktu z żywnością.

7. Identyfikacja kontrolowanego przedsiębiorcy. Wszyscy przedsiębiorcy okazali aktualne zaświadczenia o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej. Zakres i rodzaj prowadzonej działalności były zgodne z okazanymi dokumentami.

8. Asortyment oferowanych do sprzedaży produktów. W kontrolowanych sklepikach oferowano uczniom następujące artykuły żywnościowe:

- nabiał (jogurty, maślanki, serki, napoje mleczne smakowe, mleko);
- pieczywo (bułki słodkie i pieczywo smakowe);
- kanapki z wędlinami, serami i dodatkami warzywnymi;
- napoje gazowane i niegazowane, soki;
- słodycze (batony, ciastka w polewie czekoladowej i bez, lizaki, cukierki, pomadki);
- lody;
- frytki;
- owoce (jabłka) sprzedawane na sztuki;
- napoje gorące (kawa, herbata, czekolada), zupki błyskawiczne oraz serwowane na gorąco, mini-pizze, bułki z parówką – oferta w placówce ponadgimnazjalnej [12].

Prawie w każdej polskiej szkole funkcjonuje sklepik szkolny. Zróżnicowana jest jedynie rozmaitość oferowanego asortymentu. Tym bardziej zasadna jest kompleksowa analiza oferowanego w nim asortymentu i przyczyn takiego stanu rzeczy wraz z racjonalnymi propozycjami koniecznych zmian. Duża grupa dzieci nie przynosi śniadań do szkoły i zaspokaja głód podczas pobytu w szkole zakupionymi w sklepiku przekąskami. Najczęściej są to konserwowane, słodzone, solone, gazowane produkty, które są łatwe do przechowania ze względu na długą datę przydatności do spożycia i łatwe w sprzedaży ze względu na dobrą reklamę i smakowość. Młodzi ludzie spędzają w szkole codziennie kilka godzin i powinno być to miejsce, które zapewnia dostęp do właściwych produktów oraz prowadzi edukację na temat właściwych wyborów. Zaakceptowanie funkcjonowania sklepików na terenie szkoły wyposażonych w taki asortyment jest milczącym przyzwoleniem na nieuchronne pogarszanie się stanu zdrowia dzieci korzystających z ich oferty. Sytuacja staje się trudniejsza wraz z dojrzewaniem dzieci i zwiększaniem stopnia ich samodzielności. Dzieci otrzymują najczęściej od rodziców pieniądze na jedzenie w szkole, które wydają na produkty dostępne w sklepikach – produkty tanie, smaczne i łatwo zaspokajające głód [13]. Trend do zmiany asortymentu sprzedaży na terenie szkoły obserwowany jest w wielu krajach świata.

W USA w szkołach rezygnuje się np. ze sprzedaży napojów gazowanych, z uwagi na fakt, iż wiele z nich zawiera fosforany – związki chemiczne, które w organizmie utrudniają przyswajanie wapnia, pierwiastka istotnego dla rozwoju m.in. kośćca dzieci w wieku szkolnym. Zalecane napoje do sprzedaży w sklepikach szkolnych zestawiono w **Tabeli I**. Badania University of Michigan w Ann Arbor wykazały, że ponad 1900 amerykańskich szkół chce prawie całkowicie wycofać napoje gazowane na rzecz napojów zalecanych w sklepikach szkolnych i kawiarniach (napoje gazowane według danych sprzedaży z 2006 roku wśród młodzieży w wieku 14–17 lat stanowiły aż 54% wszystkich napojów). Badanie wykazało też, że w szkołach łatwo można kupić inne kaloryczne i bogate w cukier napoje (np. izotoniczne), które przyczyniają się do otyłości [15]. O tym, jakie rodzaje napojów i żywności powinny być sprzedawane, decyduje głównie amerykański Departament Rolnictwa (USDA).

W Polsce asortyment produktów w sklepikach szkolnych dobierany jest decyzją właściciela takiego sklepu i znaczenie mają tutaj głównie czynniki ekonomiczne i marketingowe, a nie zdrowotne, co można zauważyć w badaniach poświęconych temu zagadnieniu.

Metoda i materiał

W latach 2011–2012 przeprowadzono analizę asortymentu produktów spożywczych oferowanych dzieciom i młodzieży w 81 szkołach podstawowych i gimnazjach województw: małopolskiego, świętokrzyskiego, śląskiego i opolskiego. Wybrano losowo województwa, w których największa liczba dzieci korzysta z rządowego programu dożywiania, rodziny ze świadczeń z pomocy społecznej oraz takie, gdzie odnotowuje się największy wskaźnik prowadzenia indywidualnej działalności gospodarczej w zakresie prowadzenia sklepiku szkolnego. Ankietowano uczniów (ogółem 266) dokonujących zakupów w sklepikach szkolnych (w tym 136 dziewcząt – 51,13% oraz 130 chłopców – 48,87%) i sprzedawców – 102 osoby (80 kobiet – 78,43%, 22 mężczyzn – 21,57%), wykorzystując autorskie kwestionariusze ankiety badawczej. Dzieci pytano m.in. o częstość dokonywania zakupów w sklepikach szkolnych i wybierane przy tym produkty, czynniki wpływające na wybór konkretnych produktów, świadomość wartości odżywczej najczęściej wybieranych produktów (zdrowe, niezdrowe, obojętne dla zdrowia). Sprzedawców pytano o kryteria doboru asortymentu produktów spożywczych oferowanych w ich sklepikach i szacunkowy udział dziennej ilości sprzedaży konkretnych produktów. Na podstawie udostępnionych paragonów fiskalnych (łącznie 497 sztuk) podjęto próbę oszacowania, o jakich porach dnia dokonywane są zakupy poszczególnych produktów w sklepikach (ustalono umownie dwa przedziały czasowe analizy: rano godziny 9.00–12.00, popołudnie godziny 12.00–15.00). Analizę statystyczną wyników przeprowadzono przy użyciu pakietu STATISTICA 9 PL. Do analizy wykorzystano test χ^2 oraz korelację rang Spearmana. Występowanie statystycznie istotnych różnic badano przy $p < 0,05$.

NAPOJE ZALECANE DO SPRZEDAŻY W SKLEPIKACH SZKOLNYCH:

Woda niegazowana i gazowana, niesłodzona i niearomatyzowana bez dodatku konserwantów, stabilizatorów i antyoksydantów.

Mleko odtłuszczone lub niskotłuszczowe, niesłodzone i niearomatyzowane, bez dodatku konserwantów, stabilizatorów i antyoksydantów.

Sok owocowy niesłodzony i niefortyfikowany, świeżo wyciskany lub produkowany z koncentratu owocowego. Wszystkie soki: dozwolony dodatek kwasu askorbinowego (E300) i kwasu cytrynowego (E330). W przypadku soku ananasowego dozwolony dodatek kwasu jabłkowego (E296), w przypadku soku winogronowego dozwolony dodatek węgla wapnia (E170) i winianu potasowego (E336). Wszystkie soki: dozwolony dodatek antyoksydantów, w przypadku soku ananasowego i z passiflory dozwolony dodatek pektyn (E440).

Sok warzywny świeżo wyciskany lub produkowany z koncentratu warzywnego bez dodatku konserwantów, stabilizatorów i antyoksydantów.

Napój sojowy, ryżowy lub owsiany niesłodzony i niearomatyzowany bez dodatku konserwantów, stabilizatorów i antyoksydantów, wzbogacony w wapń.

Mleczny napój fermentowany: jogurt naturalny, kefir, maślanka. Niesłodzony i niearomatyzowany może być wzbogacany w składniki mineralne, może być z dodatkiem probiotyków i prebiotyków.

Napoje owocowe i warzywne: połączenie wody (niegazowanej lub gazowanej) z sokiem owocowym lub warzywnym. Takie mieszanki muszą zawierać co najmniej 50% soku oraz witaminy i składniki mineralne, ale nie mogą zawierać dodanego cukru.

Napoje mleczne: połączenie mleka (odtłuszczonego lub chudego) lub naturalnego jogurtu z wodą, sokiem owocowym lub sokiem warzywnym. Takie mieszanki muszą mieć objętościowo co najmniej 50% mleka lub jogurtu i mogą zawierać witaminy i składniki mineralne. Można dodać do komponentów mleka lub jogurtu mniej niż 5% cukru lub miodu.

Inne napoje sojowe, ryżowe lub owsiane: połączenie napoju sojowego, ryżowego lub owsianego z wodą, sokiem owocowym lub sokiem warzywnym. Takie mieszanki muszą zawierać objętościowo co najmniej 50% napoju sojowego, ryżowego lub owsianego i mogą także zawierać witaminy i składniki mineralne. Można dodać do komponentów napoju sojowego, ryżowego lub owsianego mniej niż 5% cukru lub miodu.

Herbata biała, zielona, czerwona, czarna. Najbardziej polecana herbata liściasta przygotowywana na miejscu w specjalnie przeznaczonych do tego naczyniach, bez dodatku cukru, dozwolony dodatek cytryny lub soku cytrynowego, mleka, miodu, przypraw (goździki), innych owoców (np. maliny, pomarańcze).

Kakao przygotowywane na miejscu w specjalnie przeznaczonych do tego naczyniach bez dodatku cukru, przygotowywane na bazie naturalnego proszku kakao, niedozwolone kakao rozpuszczalne.

Kawa zbożowa niesłodzona i niearomatyzowana, przygotowywana na miejscu w specjalnie przeznaczonych do tego naczyniach, dozwolony dodatek mleka (chudego lub odtłuszczonego).

Kawa naturalna, dopuszczona tylko w szkołach ponadgimnazjalnych, niesłodzona i niearomatyzowana, przygotowywana na miejscu w specjalnie przeznaczonych do tego naczyniach, dozwolony dodatek mleka (chudego lub odtłuszczonego).

Koktajle owocowe i warzywne, 100% warzyw i owoców lub na bazie mleka i fermentowanych napojów mlecznych, niesłodzone i niearomatyzowane przygotowywane na miejscu w specjalnie przeznaczonych do tego naczyniach.

Tabela I. *Napoje zalecane do sprzedaży w sklepikach szkolnych.*

Źródło: www.sklepiki.fundacjebos.pl/index.php?m (dostęp: 5.04.2013) oraz Hamulka J., Kollajtis-Dolowy A., Gronowska-Senger A., Widz M., Smolarz A., Brzozowska-Filipowicz A., Łomowski D., Wiem, co jem. Sklepik szkolny, Miasto Stołeczne Warszawa, Warszawa 2011.

Wyniki badań i dyskusja

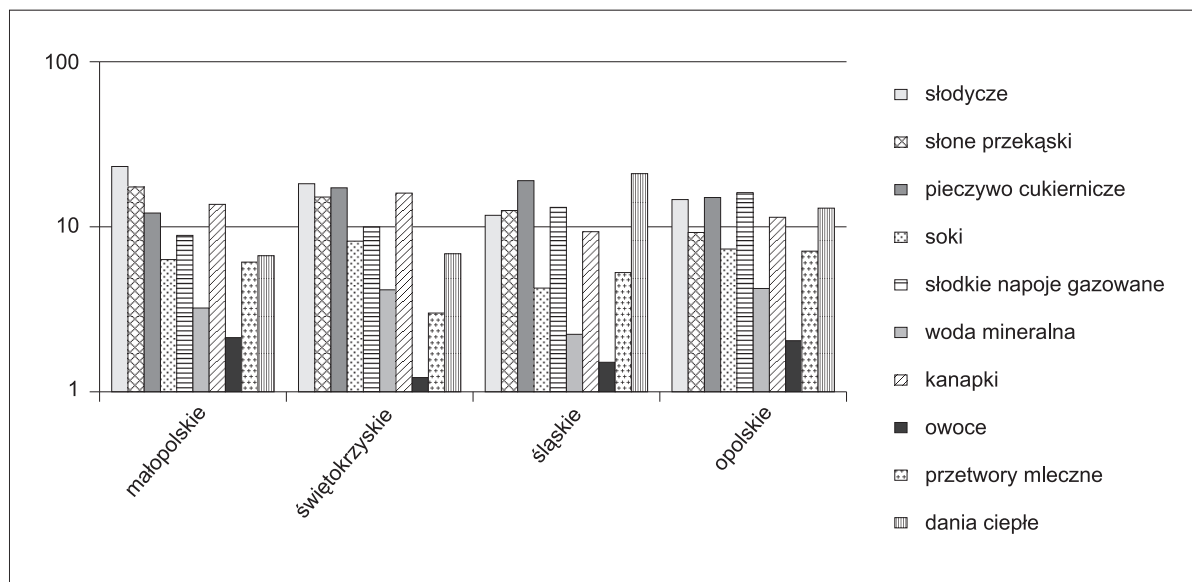
Asortyment oferowany w analizowanych sklepikach był podobny.

W punktach sklepowych można było znaleźć następujące grupy produktów spożywczych (**Wykres 1**):

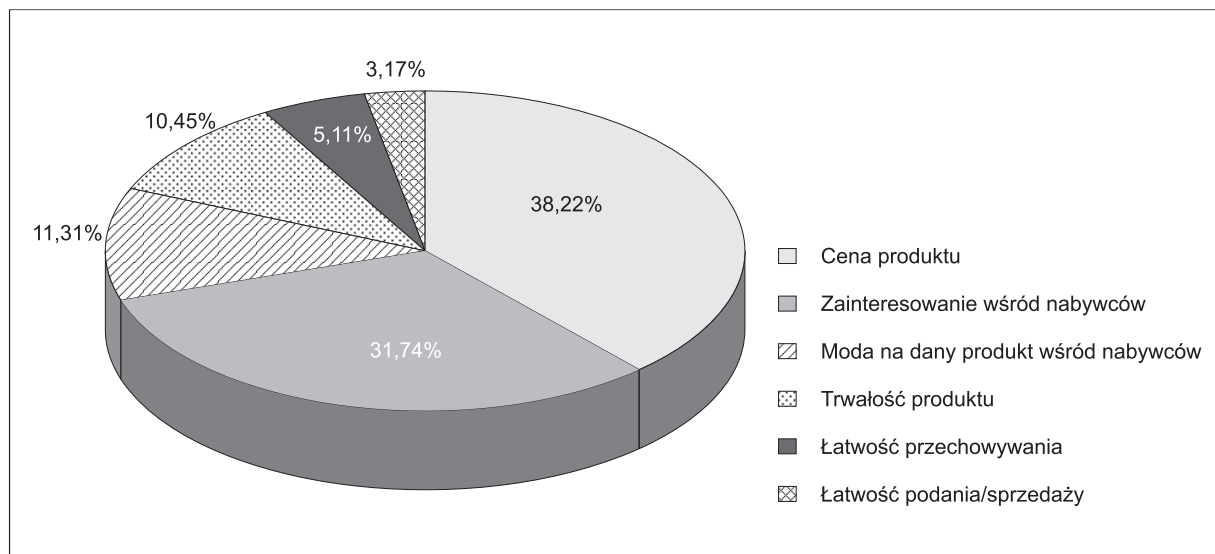
- słodycze (batony, wafle, czekoladę, cukierki, żelki, gumę do żucia, draże, pralinki, lizaki, słodkie chrupki kukurydziane w polewach smakowych, herbatniki), była to najszerza pod względem rodzajów i ilości grupa oferowanych produktów;
- słone przekąski (chipsy, paluszki, krakersy, słone chrupki kukurydziane w wielu smakach, popcorn);
- pieczywo cukiernicze (drożdżówki, pączki, ciasta francuskie i półfrancuskie);
- soki (w opakowaniach kartonowych lub szklanych, dostępne też na porcje podawane z większych 2,5 l opakowań);

- słodkie napoje gazowane (pepsi, coca-cola, napoje o smakach owocowych i warzywnych, oranżady, toniki, napoje energetyczne, smakowe wody mineralne z dodatkiem syropów);
- woda mineralna (gazowana i niegazowana);
- kanapki (z pieczywa pszennego i pszenno-razowego z dodatkiem sera lub wędlin, a także warzyw, takich jak: pomidor, ogórek, sałata, cebula, rzodkiewka);
- owoce (jabłka, banany, mandarynki, pomarańcze, kiwi);
- przetwory mleczne (jogurty naturalne i smakowe, kefiry naturalne i smakowe, maślanki naturalne i smakowe, mleka naturalne i smakowe oraz serki homogenizowane naturalne i smakowe);
- dania ciepłe (zapiekanki, hamburgery, hot-dogi, frytki, fasolka po bretońsku, bigos, pierogi, zupy w proszku typu „gorący kubek”).

Z ankiet przeprowadzonych wśród sprzedawców wynika, że tylko 36% z nich stara się wprowadzać do pro-



Wykres 1. Asortyment produktów w ujęciu procentowym oferowanych w 2011 roku w sklepikach szkolnych wybranych województw.
Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

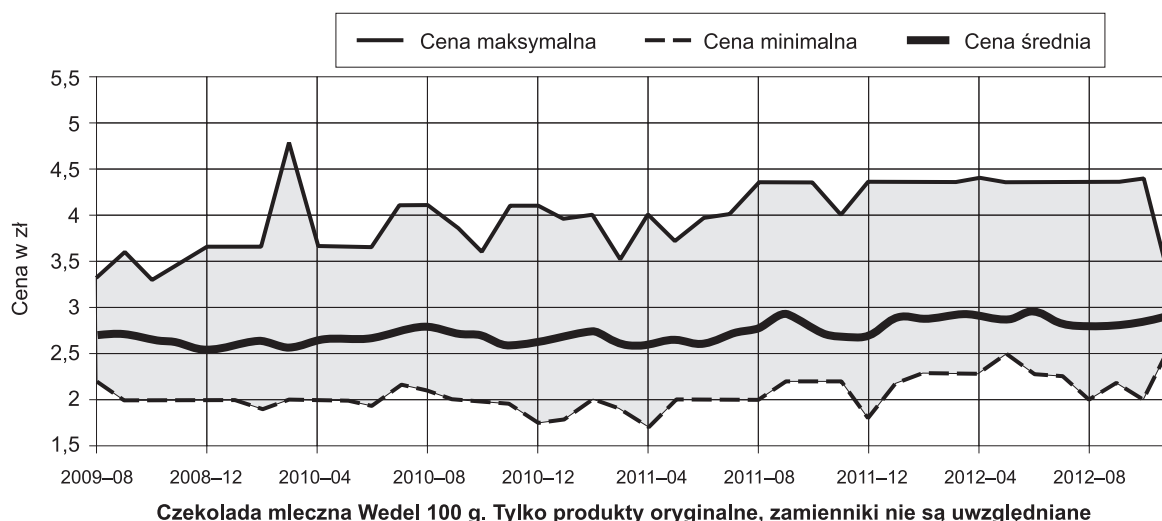


Wykres 2. Determinanty doboru przez sprzedawców produktów oferowanych w sklepikach szkolnych.
Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

ponowanej oferty produkty jak najmniej przetworzone i określane przydomkiem „zdrowe”, nie wycofują jednak tym samym produktów „niezdrowych”, ponieważ na nie jest największy popyt wśród uczniów i to one stanowią główne źródło zysku. Deklarowane przez sprzedawców czynniki, które wpływają na dobór oferty produktów w ich sklepikach, przedstawia **Wykres 2**.

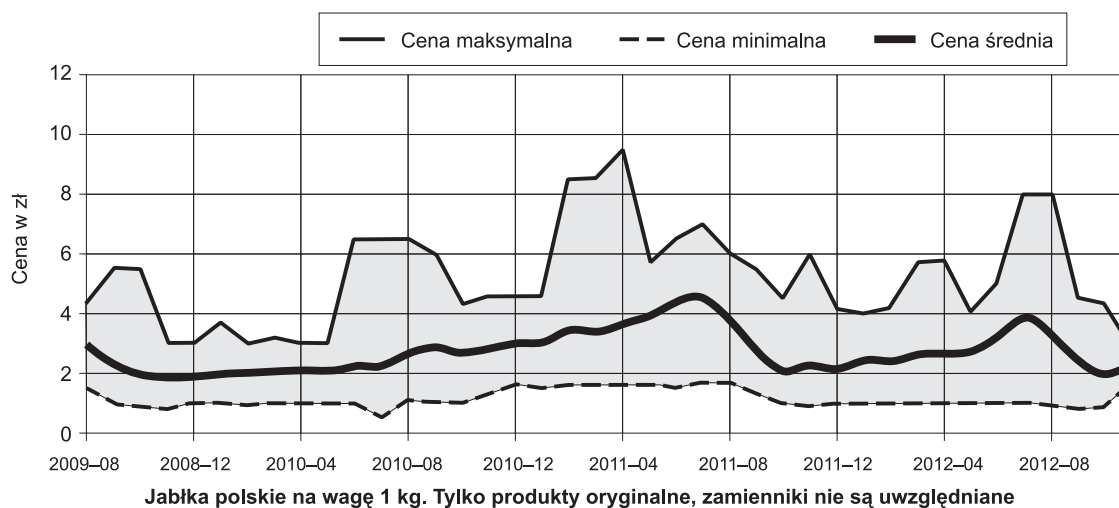
Decydujące znaczenie ma cena produktu, cena zakupu produktu do sklepiu, łączące się z tym promocje związa-

ne z ilością i częstotliwością zakupu w hurtowniach lub u bezpośredniego dostawcy. Zadowolenie ze zbytu słodyczy było istotnie statystycznie skorelowane z częstością ich zakupu ($R = 0,45$; $p < 0,05$). Atrakcyjna, czyli niska cena zakupu pozwala, jak deklarowały ankietowane osoby, „uatrakcyjnić” cenę także dla nabywcy, klienta, konsumenta – tutaj głównie ucznia, dysponującego na ogół ograniczonymi, drobnymi kwotami pieniędzy. Mimo że w wielu przypadkach cena tabliczki czekolady (**Wykres 3**)



Wykres 3. Cena w złotych (PLN) wybranej czekolady dostępnej w sklepikach szkolnych poddanych obserwacji.

Źródło: Informator ekonomiczny Portalu Handlowego: <http://dlahandlu.pl> (dostęp: 5.10.2012).



Wykres 4. Cena kilograma jabłek oferowanego w szkołach na sztuki według masy lub w cenie od 0,50 groszy do 1 zł za sztukę w zależności od odmiany gatunkowej.

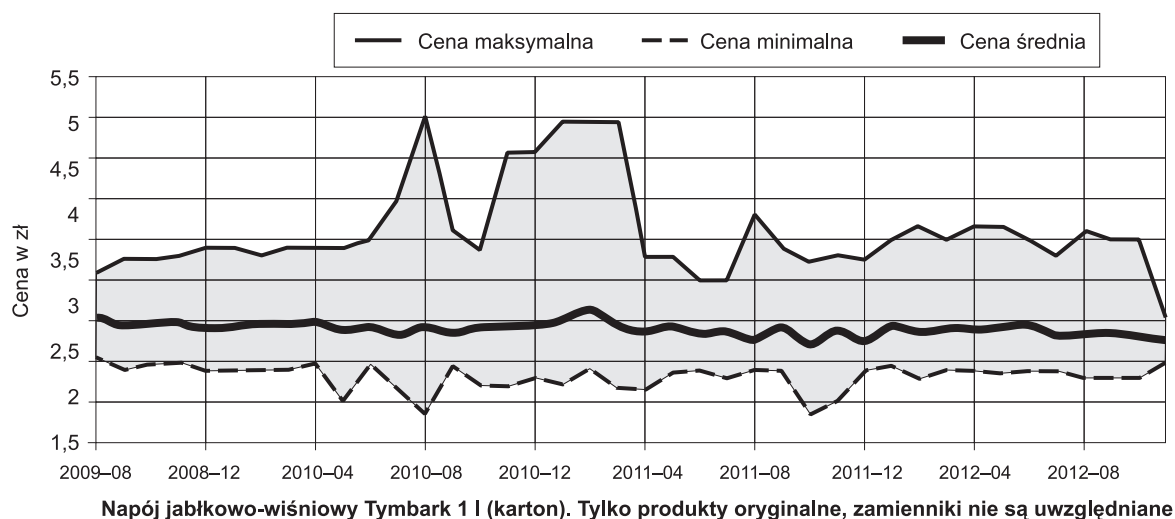
Źródło: Informator ekonomiczny Portalu Handlowego: <http://dlahandlu.pl> (dostęp: 5.10.2012).

będzie się kształtować na wyższym poziomie niż cena jabłka (**Wykres 4**), dla ucznia bardziej atrakcyjna, a co za tym idzie ciesząca się większym popytem, będzie czekolada, często efektownie opakowana, wygodna do przechowania zarówno dla sprzedającego, jak i kupującego, o dłuższym terminie przydatności do spożycia niż jabłko.

Dla sprzedawcy trwałość produktu i łatwość jego przechowywania stanowią podstawowe znaczenie, pozwalają bowiem ograniczyć straty w miesiącach, w których sprzedaż kształtuje się na niższym poziomie. Sprzedawcy zwracali też uwagę na podatność produktu na psucie, która zmniejsza jego atrakcyjność – w przypadku owo-

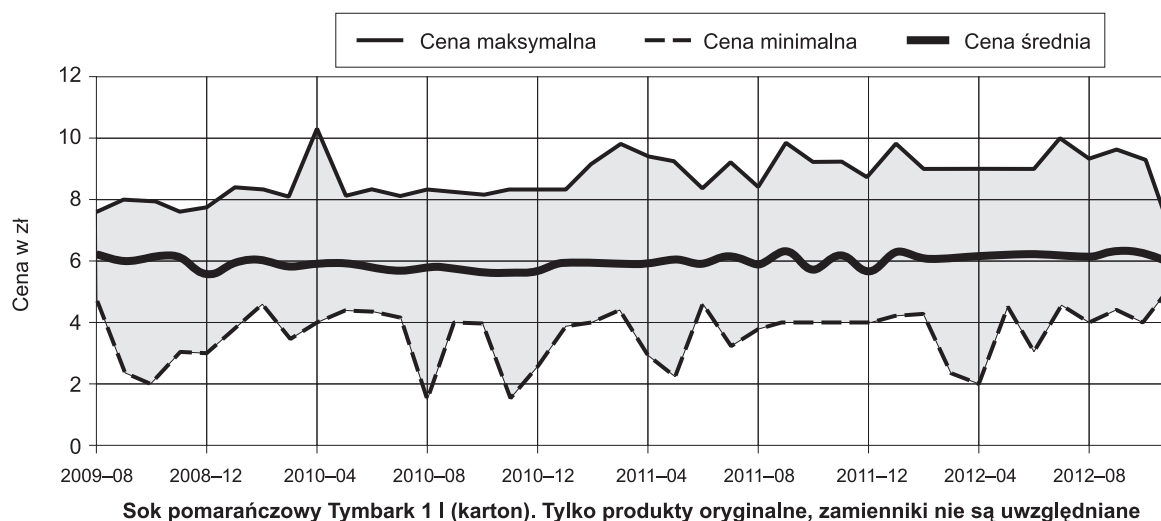
ców pojawienie się brązowych plam na skórce owocu powoduje konieczność obniżenia ceny, zmniejsza to też zainteresowanie potencjalnych nabywców, powoduje „zaleganie” towaru ($R = 0,73$, $p < 0,05$), a w konsekwencji często skutkuje koniecznością szybszego wycofania produktu ze sklepu z uwagi na zachowanie należytych warunków higienicznych. Cena produktu wpływa na częstsze występowanie w sklepikach szkolnych napojów smakowych niż soków. Ceny wybranych produktów przedstawiono na **Wykresach 5 i 6**.

Soki i napoje często sprzedawane są z opakowań litrowych „na szklanki” lub kubki o objętości 250 ml



Wykres 5. Cena w złotych (PLN) popularnie występującego napoju smakowego w badanych sklepikach szkolnych, sprzedawanego na szklanki lub w kartonach 250 ml.

Źródło: Informator ekonomiczny Portalu Handlowego: <http://dlahandlu.pl> (dostęp: 5.10.2012).



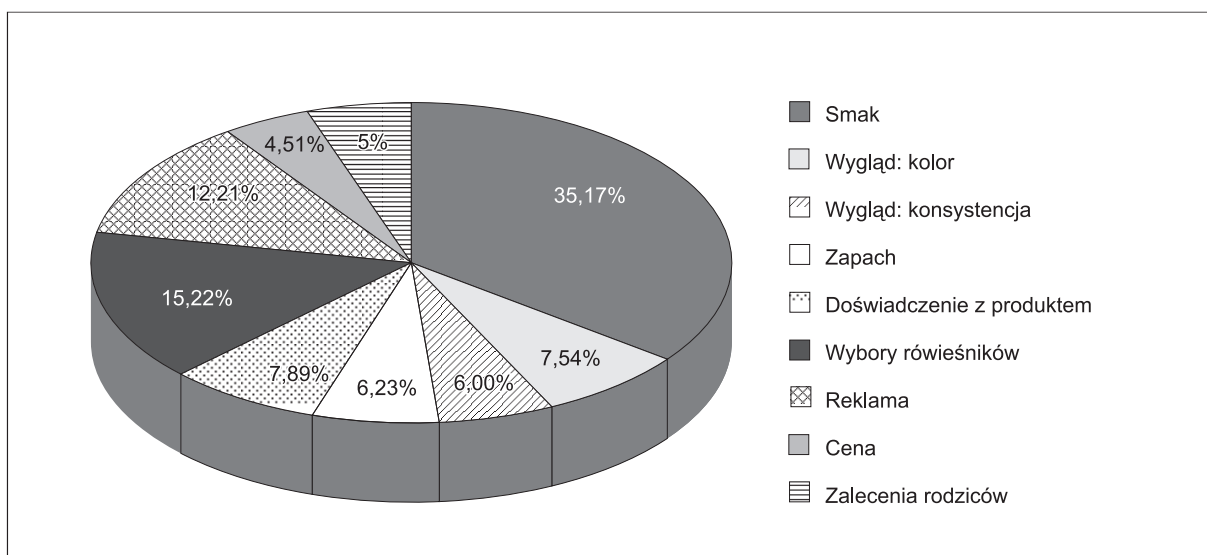
Wykres 6. Cena w złotych (PLN) 1 litra popularnie występującego soku w sklepikach szkolnych.

Źródło: Informator ekonomiczny Portalu Handlowego: <http://dlahandlu.pl> (dostęp: 5.10.2012).

lub 175 ml. Zaobserwowano, że ich cena jest wtedy wyższa o około 0,80 gr niż soków i opakowań sprzedawanych w mniejszych opakowaniach kartonowych lub szklanych o pojemności 250 ml ($R = 0,65$; $p < 0,05$). Dla sprzedawcy z uwagi na możliwość przechowania korzystniejsze jest korzystanie z opakowań jednorazowych o mniejszej pojemności. Uczniowie pytani o to, jakimi kryteriami kierują się przy dokonywaniu zakupów w sklepikach szkolnych, wskazywali głównie smak produktu (**Wykres 7**).

Okazuje się, że równie ważne jest dla nich to, co kupują rówieśnicy (15,12%). Chęć utożsamiania się

z grupą koleżanek i kolegów, potrzeba należenia do grupy przejawia się też w dokonywaniu takich samych zakupów. Jest to w równym stopniu ważne dla dziewcząt, jak i dla chłopców, jednak głównie ze szkół podstawowych. Istotne atrybuty samego produktu to jego kolor (7,54%), zapach (6,25%) i konsystencja (6%). Przy kolorze pojawiały się też określenia dotyczące obecności na opakowaniach lub jako dodatku w formie naklejek ulubionych bohaterów z bajek lub filmów – dotyczyło to najmłodszej grupy badanych dzieci z klas 2–3. Dzieci opierają się też na swoich własnych doświadczeniach z produktem, zwłaszcza uczniowie klas gimnazjalnych



Wykres 7. Czynniki wpływające na dokonanie zakupu konkretnego produktu w sklepiku szkolnym przez badanych uczniów.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

(7,89%). Dzieci, które zdecydowały się na zakup nieznanego im produktu i okazał się on atrakcyjny (smakowo, ergonomiczny lub funkcjonalny, np. poprzez możliwość powtórnego wykorzystania butelki, łatwość otwierania, łatwość spożycia dzięki dołączonej łyżeczce), powtarzają zakup na zasadzie pozytywnego doświadczenia. Tylko 12,21% dzieci deklaruje dokonywanie zakupów w sklepikach szkolnych pod wpływem reklamy; są to dzieci zarówno ze szkół podstawowych, jak i gimnazjów, obojga płci, nie stwierdzono też korelacji ze względu na miejsce zamieszkania (wieś, małe miasto, duże miasto). Dla badanych dzieci cena nie jest także główną przesłanką wyboru danego produktu (4,51%), a tylko dla 5% dzieci decydujące jest zalecenie rodziców dotyczące tego, co mają kupić. W tej grupie dominują dziewczęta uczące się w młodszych klasach szkół podstawowych, im niższa klasa, tym więcej dziewcząt złożyło taką deklarację ($R = 0,39$; $p < 0,05$). Jednak z wywiadów indywidualnych przeprowadzonych z dziećmi wynika, że zaledwie co siódmy rodzic sugeruje dziecku, co powinno kupić w sklepiku szkolnym i na co wydać otrzymane pieniądze. Dzieci deklarowały głównie, że sugestie dotyczą zakupu dań ciepłych, zwłaszcza jeśli w szkołach nie ma stołówki szkolnej. Z badań wynika, że znaczna część słodczych (79,7%) sprzedawana jest w godzinach przedpołudniowych między godz. 9.00 a 12.00 (**Tabela II**). Może to wskazywać na fakt, że dzieci nie spożywają w domu śniadań lub spożywane śniadania nie zaspokajają w pełni ich potrzeb energetycznych, stąd chęć zakupu czegoś, co daje uczucie sytości i jest na ogół produktem wysokokalorycznym. Można dyskutować, czy produkty kupowane w sklepikach szkolnych o tej porze są od razu spożywane, ale praktyka wyniesiona z prowadzonych obserwacji i wywiadów wskazuje na to, że tak. Podobnie słodkie napoje gazowane były kupowane częściej w godzinach przedpołudniowych. Wiele dzieci mogło popijać nimi słodocze lub kupować je zamiast innego posiłku. Zaob-

serwowano, że wiele dzieci kupuje duże butelki napojów o pojemności od 1,5 do 2 l i wypija taki napój podczas całego pobytu w szkole. Z kolei słone przekąski kupowane były częściej w godzinach popołudniowych między godz. 12.00 a 15.00.

Asortyment obserwowany w badanych sklepikach szkolnych potwierdza analiza badań dotyczących omawianej problematyki, a także niezdrowych nawyków, jakie mają dzieci w wieku szkolnym [17–21]. W asortymencie sklepików dominują słodocze, słone przekąski, słodkie napoje gazowane i dania typu *fast food*. Wiele dzieci (49,44%) ma świadomość, że kupowane przez nie produkty nie są „zdrowe”, ale produkt zdrowy na ogół kojarzy im się z czymś mało smacznym, jedzonym pod przymusem, niesprawiającym satysfakcji konsumowania. W celu prowadzenia polityki żywieniowej w szkołach ukierunkowanej na włączanie do oferty produktów „zdrowych”, a więc obfitujących w witaminy, składniki mineralne, pełnowartościowe białko, błonnik i NNKT (niezbędne nienasycone kwasy tłuszczowe), konieczne są przede wszystkim działania zmieniające wizerunek takiej żywności i skojarzenia, jakie wywołuje ona u dużej liczby dzieci (45%). Rodzice poprzez posiłki oferowane dziecku w środowisku domowym, panujące zwyczaje żywieniowe, tradycje przygotowywania określonych potraw też kształtują pewne skojarzenia związane z konkretnymi produktami. Te skojarzenia mogą być pozytywne, ale i negatywne – dziecko zmuszane krzykiem i nerwową atmosferą przy stole do jedzenia sałatki bądź jakiegokolwiek innej potrawy, która mu nie smakuje, zapamięta te negatywne konotacje i może przenosić je potem na konkretną potrawę lub produkt.

Zaleca się, aby rodzice za pośrednictwem dyrektorów szkół ingerowali w asortyment produktów dostępny w sklepikach znajdujących się na terenie szkół. W sklepikach szkolnych powinny być dostępne warzywa i owoce sezonowe w formie surówek bądź sałatek,

Rodzaj produktu/danie	Częstość sprzedaży	Ogół paragonów n = 497	Przed południem n = 283	Po południu n = 214	Zależność sprzedaży od pory dnia p < 0,05
		[%]	[%]	[%]	
Słodczyce	A	48,2	38,2	10,0	0,00605
	B	22,3	19,1	3,2	0,00222
	C	19,2	12,1	7,1	0,00023
	D	7,2	4,1	3,1	0,00001
	E	3,1	2,2	0,9	NS
Słone przekąski	A	38,4	13,3	25,1	0,00242
	B	12,9	5,4	7,5	0,03705
	C	15,4	6,3	9,1	NS
	D	17,1	9,3	7,8	NS
	E	16,2	7,1	9,1	NS
Pieczywo cukiernicze	A	29,4	13,3	16,1	0,00322
	B	25,2	18,1	7,1	NS
	C	15,8	12,2	3,6	0,04221
	D	10,7	5,6	5,1	NS
	E	18,9	9,1	9,8	NS
Słodkie napoje gazowane	A	40,5	22,4	18,1	0,0166
	B	31,1	23,1	8,0	0,0164
	C	12,1	8,3	3,8	0,00245
	D	5,2	3,1	2,1	0,0047
	E	11,1	10,2	0,9	NS
Dania ciepłe	A	32,6	12,3	20,3	0,0001
	B	22,4	15,2	7,2	0,00033
	C	16,2	7,1	9,1	NS
	D	20,8	14,4	6,4	NS
	E	8,0	5,0	4,0	NS

Tabela II. Częstość sprzedaży wybranych produktów w sklepikach szkolnych w zależności od pory dnia. A – sprzedawane codziennie, B – sprzedawane kilka razy w tygodniu, C – sprzedawane kilka razy w miesiącu, D – sprzedawane raz w miesiącu, E – sprzedawane rzadziej niż raz w miesiącu (sporadycznie), NS – zależność nieistotna statystycznie.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

razowe pieczywo, naturalne soki owocowe [22]. Istotne są też proporcje oferowanego asortymentu z przewagą produktów zalecanych w racjonalnej diecie dla dzieci i młodzieży. Ofertę asortymentową w szkołach należy aktywnie wspierać zajęciami na temat zasad i zalet wyboru produktów i potraw zalecanych przez ekspertów do spraw żywienia, a także kampaniami społecznymi (żywieniowymi) przygotowanymi pod kątem potrzeb dzieci i adresowanych do dzieci [23]. W szkołach można znaleźć działania promocyjne zwiększające świadomość żywieniową dzieci i młodzieży (np. plakaty o tematyce żywieniowej wieszane na korytarzach szkolnych, książki i albumy dostępne w bibliotekach szkolnych, prace plastyczne z zakresu żywienia wykonywane na zajęciach), są one jednak wybiórczymi działaniami nieskoordynowanymi w bardziej spójny system, który zawierałby strategiczne cele.

Wybrane działania na rzecz poprawy jakości zdrowotnej asortymentu sklepików szkolnych

Problem nieracjonalnego odżywiania się dzieci został zauważony w wielu badaniach, raportach i opracowaniach naukowych [24–28]. Dostrzeżono, iż dieta dzieci jest uboga w owoce i warzywa, niskotłuszczowy nabiał, pełnoziarniste pieczywo, kasze, nasiona (typu dynia, słonecznik, sezam). W wyniku tego podjęto wiele akcji zmierzających do zmiany tego stanu rzeczy. Jedną z nich był program grantowy edukacji prozdrowotnej dotyczący sklepików szkolnych pt. „Sklepiki szkolne – zdrowa reaktywacja”, który był realizowany w formie ogólnopolskiej międzyszkolnej rywalizacji zespołowej [29]. Organizatorami konkursu były: Fundacja Banku Ochrony Środowiska i Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie. Głównym celem konkursu była poprawa

stanu zdrowia dzieci i młodzieży oraz zmiana wzorców zachowań w zakresie odżywiania, a także przebudowa asortymentu sklepików szkolnych na pełnowartościowe produkty, dostosowane do potrzeb rozwojowych dzieci i młodzieży. Pogram „Sklepiki szkolne – zdrowa reaktywacja” polegał na przygotowaniu i przeprowadzeniu przez szkoły projektów promocji zasad zdrowego odżywiania oraz projektów przebudowy sklepików szkolnych w taki sposób, aby zapewniały one dostęp do zdrowych przekąsek i pełnowartościowych produktów. Konkurs trwał od 7 listopada 2011 do 1 września 2012 roku. Adresatami konkursu byli uczniowie w wieku 7–19 lat ze szkół podstawowych, gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych, nauczyciele, przedstawiciele rady rodziców. Przewidziano dobrowolny udział tych szkół, których społeczność chciała przeciwstawić się narastającej fali masowego odżywiania się młodych ludzi żywnością *fast food* i słodyczami. Wszystkie nadesłane materiały zostały ocenione przez komisję konkursową. Najlepszym projektem przyznano granty w wysokości do 2000 zł brutto. Zadania konkursu obejmowały: zbudowanie zespołu szkolnego, określenie zadań i przypisanie ich członkom zespołu; upowszechnienie informacji na temat zdrowego stylu życia i zasad zdrowego odżywiania, przedstawienie jej w postaci prezentacji na specjalnie z tej okazji zorganizowanym apelu szkolnym, jak również poinformowanie społeczności szkolnej o zespole konkursowym oraz zamiarze przebudowy sklepiku szkolnego; przygotowanie projektu przebudowy sklepiku, który po wprowadzeniu zmian będzie mógł zaspokajać we właściwy sposób potrzeby żywieniowe uczniów. Zmiana asortymentu była realizowana na trzech etapach:

1. Analiza aktualnego stanu sklepiku ze wskazaniem aspektów wymagających przebudowy.
2. Przygotowanie projektu przebudowy uwzględniającego wprowadzenie zmian w asortymencie i, jeżeli zachodzi taka potrzeba, w wyposażeniu i wyglądzie.
3. Opracowanie planu promocji „nowego sklepiku” i przeprowadzonych w nim zmian oraz oszacowanie kosztów realizacji całego projektu (kosztorys).

Prace konkursowe były oceniane w trzech kategoriach: oddzielnie szkoły podstawowe, gimnazjalne i ponadgimnazjalne. Program był realizowany za pomocą dedykowanej w tym celu platformy umożliwiającej komunikację z uczestnikami (moduł umożliwiający zamieszczanie raportów konkursowych, ocenianie ich, zadawanie pytań, publikację newsów itp.), zawierającej wiedzę na temat niezbędnych elementów organizacji konkursu oraz wiedzę dotyczącą merytorycznego zakresu konkursu. Projekt był innowacyjny w aspekcie podejmowanego tematu oraz w aspekcie wprowadzenia do szkół nowoczesnego (z użyciem narzędzi internetowych i marketingowych) sposobu zarządzania projektami. Udział uczniów i nauczycieli w konkursie wpisuje się w ramy programowe nauczania wyznaczone przez Rozporządzenie MEN w sprawie podstawy programowej z 28 grudnia 2008 roku odnośnie do uczestnictwa w programach edukacyjnych.

Również politycy proponują zmiany w obecnych rozwiązaniach regulacyjnych, na podstawie których sprze-

dawana jest żywność w szkołach. Jednym z takich przedsięwzięć jest projekt Polskiego Stronnictwa Ludowego (PSL). 3 października 2012 roku PSL złożyło w Sejmie RP projekt zmiany ustawy o bezpieczeństwie żywności i żywienia [30]. W założeniu na terenach przedszkoli, szkół podstawowych, szkół gimnazjalnych oraz innych zakładów i placówek oświatowo-wychowawczych oraz opiekuńczo-wychowawczych zabrania się sprzedaży, podawania, reklamy lub prezentacji żywności oraz napojów zawierających:

- więcej niż 1,25 g soli na 100 g produktu;
- więcej niż 0,5 g sodu na 100 g produktu;
- wzmacniacze smaku, w tym E621 – glutaminian sodu, E627 – guanylan disodowy, E631 – inozynian disodowy;
- syntetyczne substancje słodzące i preparaty słodzące zawierające fruktozę;
- więcej niż 1 g kwasów tłuszczowych trans na 100 g produktu;
- więcej niż 10 g cukrów prostych na 100 g produktu.

Dyrektor przedszkola, szkoły podstawowej, szkoły gimnazjalnej oraz innych zakładów i placówek oświatowo-wychowawczych oraz opiekuńczo-wychowawczych w przypadku stwierdzenia naruszenia zakazu będzie uprawniony do rozwiązania, bez zachowania terminów wypowiedzenia, umów łączących przedszkole, szkołę podstawową, szkołę gimnazjalną lub inny zakład bądź placówkę oświatowo-wychowawczą lub opiekuńczo-wychowawczą z podmiotem naruszającym zakaz z winy tego podmiotu, bez odszkodowania [30].

Propozycja nie dotyczy szkół średnich. Politycy stronnictwa argumentują, że młodzież, która do nich uczęszcza, jest już na tyle dojrzała, że może sama decydować, co je w trakcie przerw [31]. Jednak może to sugerować, że w środowisku szkolnym takiej młodzieży nie należy wprowadzać zmian prozdrowotnych i nie należy zabiegać o dokonywanie prozdrowotnych wyborów żywności, tylko pozostawić tzw. wolny wybór. Nieco przeczy to idei zachowania i ciągłości dobrego stanu zdrowia, w której podkreśla się ważność każdego etapu życia człowieka i zachowań, jakie to zdrowie determinują. Ponadto jeśli wybieramy tylko trzy grupy wiekowe dzieci, które mają mieć w swoim środowisku szkolnym zapewniony dostęp do pełnowartościowych produktów, to pomijamy młodzież licealną i akademicką, której nawyki, zwyczaje, ale i wybory żywności przekładają się na zdrowie całej populacji, więc i na koszty, jakie są w tym sektorze ponoszone. Wprowadzenie ogólnych, jednolitych uregulowań prozdrowotnych, dotyczących placówek publicznych (sprzedawania tam żywności) pozwoliłoby przy jednoczesnych działaniach edukacyjnych i promocyjnych prowadzonych za pomocą mediów publicznych i nauczycieli rozpocząć faktyczną kampanię prozdrowotną, której pozytywne rezultaty mogłyby wpłynąć na poprawę i zmniejszenie kosztów leczenia nadwagi i otyłości.

Dają się też zauważyć obawy środowiska osób prowadzących sklepiki szkolne, że takie zakazy odbiją się na wynikach finansowych i opłacalności prowadzonych działalności gospodarczych. Uczniowie mogą bowiem

Kategorie/Lata	2006	2007	2008	2009
Koszty programu	50 945 847	54 315 714	59 195 062	54 290 256
Środki własne	15 390 259	17 562 718	19 533 912	21 506 377
Dotacja	35 555 588	36 752 996	39 661 150	32 783 879
Procentowy udział środków własnych	30	32	33	40
Procentowy udział środków budżetu państwa	70	68	67	60
Średnia wartość pomocy na osobę	346,90	385,06	458,58	441,32
Średnia wartość pomocy na osobę z dotacji	242,11	260,55	307,25	266,50

Tabela III. Wydatki na realizację programu dożywiania w województwie małopolskim w latach 2006–2009.

Źródło: Opracowano na podstawie raportu NIK z kwietnia 2010 roku: Informacja o wynikach kontroli skuteczności i prawidłowości realizacji przez gminy województwa małopolskiego programu wieloletniego „Pomoc państwa w zakresie dożywiania w latach 2006–2009”.

w innych miejscach kupować produkty, które obecnie najbardziej preferują, i przynosić je do szkoły, ograniczając zakupy na jej terenie. Dyskusyjna jest całkowita eliminacja produktów, które większość konsumentów uważa za smaczne (słodkie, słone przekąski, napoje smakowe). Raczej należałoby umożliwić wybór także innych produktów i zachęcać do jego dokonywania (prozdrowotnych). Urozmaicenie oferty prozdrowotnych produktów należałoby prowadzić w porozumieniu z lobby producenckim. Tylko zmiana świadomości konsumenckiej i nawyków będzie prowadziła do opłacalności ekonomicznej, która jest istotnym czynnikiem dla wielu zainteresowanych środowisk. Rosnąca stale wiedza społeczeństwa i producentów żywności na temat zależności między żywnością, żywieniem a chorobami sprzyja rozwojowi rynku nowej żywności [32]. Zaliczamy do niej: żywność obniżającą ryzyko wystąpienia nowotworów, chorób układu krążenia czy uczuleń. Wzrasta zainteresowanie żywnością pozbawioną niektórych składników (np. soli, cholesterolu, nasyconych kwasów tłuszczowych, cukrów) lub wzbogaconą o wapń, błonnik, witaminy, NNKT. Jednak udział procentowy takich produktów na rynku jest niewielki w porównaniu z innymi produktami.

W 2005 roku opracowano rządowy program „Pomoc państwa w zakresie dożywiania”, który został przyjęty ustawą z dnia 29 grudnia 2005 roku o ustanowieniu programu wieloletniego „Pomoc państwa w zakresie dożywiania” [33]. Celem tego programu jest wsparcie gmin (najbliższego otoczenia obywatela) w wypełnianiu zadań własnych o charakterze obowiązkowym m.in. w zakresie dożywiania dzieci. Ponadto program zakłada długofalowe działanie w zakresie poprawy stanu zdrowia dzieci i młodzieży poprzez ograniczanie zjawiska niedożywienia, upowszechnianie zdrowego stylu żywienia, poprawę poziomu życia osób i rodzin o niskich dochodach oraz rozwój w gminach bazy żywieniowej, ze szczególnym uwzględnieniem potrzeb dzieci i młodzieży. Gmina realizuje program przy pomocy ośrodka pomocy społecznej, w jednostkach organizacyjnych gminy, placówkach i instytucjach, które posiadają bazę żywieniową lub odpowiednie warunki do wydawania produktów żywnościowych. Formy oferowanej pomocy to:

- posiłek – główny nacisk położony jest na dostarczenie posiłku gorącego;
- zasiłek pieniężny celowy na zakup posiłku lub produktów żywnościowych;
- pomoc rzeczowa w postaci żywności.

Dzieci i młodzież realizując obowiązek szkolny lub obowiązek nauki, którym przyznano pomoc w formie posiłku, spożywają posiłek w szkole, jeżeli szkoła ma warunki pozwalające na przygotowywanie lub wydawanie posiłków. W przypadku, gdy szkoła nie posiada warunków do przygotowywania lub wydawania posiłków, kierownik ośrodka pomocy społecznej, we współpracy z dyrektorem szkoły, zapewnia spożywanie posiłków poza szkołą. Analiza nakładów na program dożywiania realizowany w województwie małopolskim (**Tabela III**) pozwala zauważyć wzrost nakładów finansowych na dążenie do założonych celów.

Od kadry zatrudnionej w placówce prowadzącej dożywianie zależy sposób doboru i ułożenia jadłospisów dla dzieci, a więc wartość odżywcza tych jadłospisów. Wydaje się, że dla kompleksowej realizacji idei programu optymalne byłoby zatrudnienie dietetyków wyspecjalizowanych w swojej wiedzy zawodowej i zainteresowaniach oraz potrzebach żywieniowych dzieci i młodzieży. Nie mniej istotne jest, aby otoczenie, w którym posiłki są konsumowane (stołówki, punkty gastronomiczne itd.), spełniało należyte warunki sanitarne, ale było też przyjazne dla młodego konsumenta (właściwa wysokość krzeseł i stołów, ich ergonomiczność, estetyka sali, ciekawa aranżacja wnętrza i przestrzeni, wykorzystanie rozwiązań wygodnych i funkcjonalnych przy spożywaniu posiłków przez dzieci i młodzież). Ujęcie integrujące oczekiwaną z punktu widzenia zasad racjonalnego żywienia jakość posiłku z elementami przyjaznego otoczenia pozwoli na realizację szerszych funkcji całego programu, w tym funkcji społecznej związanej z efektywniejszą socjalizacją dzieci wspólnie spożywających posiłki.

Informacje o programie upowszechniane są przez Ministerstwo Edukacji Narodowej (w szkołach i placówkach oświatowych), monitorowana jest także realizacja programu w tych placówkach.

Wnioski i rekomendacje

Dla zmian w polityce zdrowotnej w zakresie żywienia dzieci i młodzieży celowe byłoby:

1. Zorganizowanie profesjonalnego doradztwa żywieniowego w szkołach (poradnie dietetyczne) – wypracowanie nowego modelu wsparcia opieki zdrowotnej dzieci w szkołach i przedszkolach poprzez dostępność opieki dietetyczno-lekarskiej i profesjonalnego poradnictwa żywieniowego.
2. Zorganizowanie regionalnych i powiatowych poradni dietetycznych nastawionych na propagowanie zasad racjonalnego żywienia, atrakcyjne formy wyjaśniania wpływu żywienia na zdrowie człowieka oraz funkcjonowanie organizmu na różnych etapach życia człowieka.
3. Stworzenie warunków organizacyjno-ekonomiczno-prawnych w celu spójnej realizacji kampanii żywieniowych, szczególnie w ujęciu terytorialnym z zaangażowaniem zadań własnych gmin.
4. Inspirowanie politycznego klimatu dla debaty o żywieniu społeczeństwa, skutkach nieprawidłowej diety dla zdrowia człowieka. Prowadzenie jej z udziałem środowiska dietetyków, lekarzy, technologów żywności, producentów żywności, handlowców, nauczycieli, poszukujących narzędzi do realizacji celu, jakim jest dobro wspólne: zdrowie.
5. Zadbanie, aby każde dziecko miało dostęp do jak najszerszej gamy produktów żywnościowych (zgodnie z przesłaniem FAO, iż pierwszą zasadą racjonalnego żywienia jest urozmaicenie w jedzeniu), co wymaga prowadzenia polityki wyrównywania szans, w tym umożliwienie udziału w edukacji powszechnej każdemu dziecku od najmłodszych lat.
6. Poprawa efektywności i jakości studiów zawierających w swych programach przedmioty traktujące o znaczeniu żywienia, wzmocnienie edukacji dietetyków, technologów żywności, lekarzy, nauczycieli, także poprzez wsparcie ich staży zagranicznych, unowocześnienie kształcenia kadr żywieniowych, aby mogły skutecznie wspierać rozwiązywanie współczesnych problemów żywieniowych.
7. Finansowanie z odpowiednich grantów modeli promocji przedsiębiorczości innowacyjnej, zachęcających młodych specjalistów do spraw żywienia do prowadzenia lokali gastronomicznych, sklepików szkolnych, sklepów osiedlowych opartych na asortymencie produktów i potraw zalecanych przez literaturę naukową.
8. Rozwijanie promocji właściwych nawyków żywieniowych (zmiany kulturowe i mentalne), by rosła akceptacja i „moda” dla żywienia prozdrowotnego.
9. Stworzenie regulacji związanych z dostępnością profesjonalnych i wiarygodnych treści żywieniowych w Internecie w celu wykorzystania możliwości, jakie daje Internet jako źródło informacji dla społeczeństwa, a w szczególności dzieci i młodzieży.

Piśmiennictwo:

1. Vereecken C., Maes L., *Young children's dietary habits and associations with the mothers' nutritional knowledge and attitudes*, „Appetite” 2010; 54, 2: 44–51.
2. Hays J., Power T.G., Olvera N., *Effects of maternal socialization strategies on children's nutrition knowledge and behavior*, „Journal of Applied Developmental Psychology” 2001; 22, 4: 421–437.
3. Lee N., Munro R. (red.), *The Consumption of Mass*, John Wiley&Sons, Sociological Review Monographs, Oxford 2001.
4. Morris G.P., Beck S.A., Hanlon P., Robertson R., *Getting strategic about the environment and health*, „Public Health” 2006; 120, 10: 889–903.
5. Gawęcki J., Mossor-Pietraszewska T. (red.), *Kompendium wiedzy o żywności, żywieniu i zdrowiu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2004.
6. Le Cann P., Bonvallot N., Glorennec P., Deguen S., Goeury Ch., Le Bot B., *Indoor environment and children's health: Recent developments in chemical, biological, physical and social aspects*, „International Journal of Hygiene and Environmental Health” 2011; 215, 1: 1–18.
7. Okreglicka K., Bawa S., *Spożycie wybranych mikroskładników pokarmowych przez dzieci i młodzież w wieku 7–13 lat z otyłością prostą przed i po korekcie sposobu żywienia*, „Roczniki PZH” 2011; 62, 1: 47–52.
8. Ustawa z dnia 25.08.2006 roku o bezpieczeństwie żywności i żywienia, Dz.U. 2006 Nr 171, poz. 1225.
9. Rozporządzenie Ministra Zdrowia z dnia 2 lutego 2006 roku w sprawie badań dla celów higieniczno-sanitarnych, Dz.U. Nr 25, poz. 191.
10. <http://www.abc.com.pl/problem/443/6> (dostęp: 22.09.2012).
11. Morkis G., *Zakres wdrożenia GHP, GMP i HACCP w przemyśle spożywczym w 2006 roku*, „Żywność, Nauka, Technologia, Jakość” 2007; 4 (53): 139–153.
12. *Informacja z kontroli prawidłowości funkcjonowania sklepików szkolnych w zakresie jakości handlowej artykułów rolno-spożywczych*, Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej w Olsztynie, Olsztyn 2011.
13. Urbańska I., Czarnecka-Skubina E., *Częstotliwość spożycia przez młodzież produktów spożywczych oferowanych w sklepikach szkolnych*, „Żywność, Nauka, Technologia, Jakość” 2007; 3 (52): 193–204.
14. Hamułka J., Kołajtis-Dołowy A., Gronowska-Senger A., Widz M., Smolarz A., Brzozowska-Filipowicz A., Łomowski D., *Wiem, co jem. Sklepik szkolny*, Miasto Stołeczne Warszawa, Warszawa 2011.
15. <http://www.biomedical.pl/aktualnosci/otylosc-w-stanach-zjednoczonych-skutkiem-niezdrowych-napojow-w-sklepikach-szkolnych-7518.html> (dostęp: 17.10.2012).
16. Informator ekonomiczny Portalu Handlowego, <http://dla-handlu.pl> (dostęp: 5.10.2012).
17. Wójta-Kempa M., Lewandowska O., *Środowiskowe uwarunkowania otyłości u dzieci ze szczególnym uwzględnieniem środowiska szkolnego*, „Piel. Zdr. Publ.” 2011; 1, 4: 333–342.
18. Reinaerts E., De Nooijer J., Candel M., De Vries N., *Explaining school children's fruit and vegetable consumption: The contributions of availability, accessibility, exposure*,

- parental consumption and habit in addition to psychosocial factors, „Appetite” 2007; 48: 248–258.
19. Raidl M.A., Spain K., Johnson S., Lanting R., Spencer M., *Team nutrition classes can be used to determine children's eating habits*, „Journal of Nutrition Educational Behaviour” 2004; 36, 2: 101–102.
 20. Richards J., Hackett A., Duggan B., Ellis T., Forrest D., Greyd P., *An evaluation of an attempt to change the snacking habits of pre-school children using social marketing*, „Public Health” 2009; 123, 1: e31–e37.
 21. Rampersaud G.C., Pereira M.A., Girard B.L., Adams J., Metz J.D., *Breakfast habits, nutritional status, body weight, and academic performance in children and adolescents*, „Journal of the American Dietetic Association” 2005; 105, 5: 743–760.
 22. Johnson D.B., Birkett D., Evens C., Pickering S., *Promoting family meals in WIC: Lessons learned from a statewide initiative*, „Journal of Nutrition Education and Behavior” 2006; 38, 3: 177–182.
 23. Szymandera-Buska K., Waszkowiak K., Jędrusek-Golińska A., Sulima E., Skowrońska M., *Ocena asortymentu sklepików w szkołach miasta Poznania*, „Problemy Higieny i Epidemiologii” 2010; 91, 4: 628–631.
 24. Raport NIK, *Informacja o wynikach kontroli realizacji zadań w zakresie zapobiegania nadwadze i otyłości u dzieci i młodzieży szkolnej*, Nr ewid. 149 /2011/P/10190/KNO, Warszawa 2011.
 25. Białek-Dratwa A., Kukiela A., Czech N., Gętek M., *Kampanie społeczne przykładem sposobu propagowania zasad zdrowego żywienia*, „Problemy Higieny i Epidemiologii” 2012; 93, 2: 414–419.
 26. Frąckiewicz J., Ring-Andrzejczuk K., Gronowska-Senger A., *Zawartość energii i wybranych składników w racjach pokarmowych przedszkoli z rejonu warszawskiego*, „Roczniki PZH” 2011; 62, 2: 181–185.
 27. Czapiński J., Panek T., *Diagnoza społeczna 2011. Warunki i jakość życia Polaków*, Raport, Rada Monitoringu Społecznego, Warszawa 2011.
 28. Stender R.S., Burghen G.A., Mallarme T., *Rola personelu opieki zdrowotnej w prewencji nadwagi i cukrzycy typu 2 u dzieci i młodzieży*, „Diabetologia po Dyplomie” 2006; 3: 50–58.
 29. Regulamin konkursu: „Sklepiki szkolne – zdrowa reaktywacja”, <http://www.sklepiki.fundacjabos.pl/> (dostęp: 28.10.2012).
 30. Projekt ustawy o zmianie ustawy o bezpieczeństwie żywności i żywienia z 28 września 2012 roku, www.sejm.gov.pl (dostęp: 25.10.2012).
 31. PSL sprząta śmieci z półek sklepików szkolnych, <http://www.klub.psl.pl> (dostęp: 15.10.2012).
 32. Lenart A., *Projektowanie nowych produktów spożywczych*, cz. II, „Przemysł Spożywczy” 2008; 62, 5: 8–13.
 33. Ustawa z dnia 29 grudnia 2005 roku o ustanowieniu programu wieloletniego „Pomoc państwa w zakresie dożywiania”, Dz.U. Nr 267, poz. 2259.
 34. Raportu NIK, *Informacja o wynikach kontroli skuteczności i prawidłowości realizacji przez gminy województwa małopolskiego programu wieloletniego „Pomoc państwa w zakresie dożywiania w latach 2006–2009”*, NIK, kwiecień 2010.